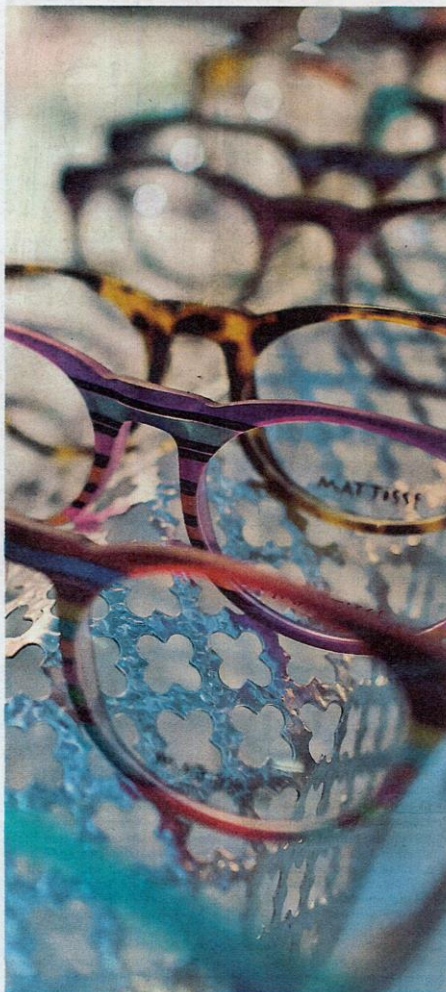


X Optik

# Milliardengeschäft mit Brillen

Ob neues Gestell oder nur ein Paar Gläser: Der deutsche Markt für Sehhilfen ist ein Milliardengeschäft. Beliebt sind vor allem Metallfassungen. Von der Lust auf eine neue Brille profitieren zunehmend die großen Ketten.



Geschäft mit Wachstumspotenzial: Rund 40 Millionen Brillenträger gibt es derzeit in Deutschland. FOTOS: DPA (2)

Von Uta Knapp

Mehr als 40 Millionen Brillenträger in Deutschland haben der Optikerbranche im vergangenen Jahr ein neues Absatzhoch beschert: Mit rund 12,4 Millionen verkauften Sehhilfen ist die Zahl der angepassten Brillen auch im vergangenen Jahr gestiegen. Weitere-rund 6,5 Millionen Kunden entschieden sich dafür, vorhandene Fassungen lediglich mit neuen Gläsern auszustatten.

Profiteure waren vor allem die großen Optikerketten, die ihren Siegeszug auf dem deutschen Brillenmarkt fortsetzen konnten. In vielen kleinen Fachgeschäften gingen dagegen die Lichter aus. „Jeder zweite Brillenträger kauft mittlerweile seine Brille bei einer größeren Optikerfiliale“, stellte das Meinungsforschungsinstitut Allensbach in einer Studie fest.

Alein die zehn umsatzstärksten deutschen Optikerketten haben im vergangenen Jahr 40 Prozent des Gesamtumsatzes auf dem deutschen Brillenmarkt erwirtschaftet – noch 2008 hatte ihr Umsatzanteil bei gut einem Drittel gelegen. Während die Zahl der mittelständisch geführten Optikerläden im vergangenen Jahr um 50 Geschäfte auf 11 900 zurückging, legte die Zahl der Filialen der zehn größten Ketten um 80 Läden auf 2030 weiter zu.

Umsatzstärkste deutsche Optikerkette war mit großem Abstand Fielmann. Nach vorläufigen Zahlen erwirtschaftete der auch im Ausland aktive Branchenprimus im vergangenen Jahr allein in Deutschland mit 586 Filialen einen Umsatz von gut einer Milliarde Euro.

Für das laufende Jahr rechnet das Unternehmen abermals mit wachsenden Umsätzen und Gewinnen. Fielmann legt seit elf Jahren Rekordzahlen vor und hat in jedem Jahr auch die Dividende erhöht. Für das abgelaufene Jahr erhalten die Aktionäre 1,75 Euro je Aktie, nach 1,60 Euro im Vorjahr.

„Wir wachsen aus eigener Kraft“, betonte der 76-jährige Vorstandschef Günther Fielmann, der in absehbarer Zeit seinen Sohn zu seinem Nachfolger machen möchte. Das Unternehmen sei schuldenfrei und verfüge über freie



Größter Brillenhändler: Günther Fielmann betreibt 586 Filialgeschäfte.

Liquidität im dreistelligen Millionenbereich. Der 26-jährige Marc Fielmann ist zum Beginn des Jahres in den Vorstand eingetreten und dort verantwortlich für Marketing.

„Die Filialketten setzen den Mittelständlern deutlich mehr zu als der Onlinehandel“, sagt der Präsident des Zentralverbands der Augenoptiker (ZVA), Thomas Truckenbrod. Mit einem Umsatzanteil von nur 3,85 Prozent (2014: 3,73 Prozent) spielte das Internet im Geschäft mit Brillen auch im vergangenen Jahr in der Branche

nur eine vergleichsweise geringe Rolle.

Während die Onlinehändler in den Vorjahren zum Teil mehrstellige Zuwachsraten verbuchen konnten, habe sich das Umsatzwachstum insgesamt 2015 mit einem Plus von 7,1 Prozent auf 225 Millionen Euro deutlich verlangsamt, berichtete der ZVA. Die Gesamtbranche konnte einen Umsatzzuwachs um 3,6 Prozent verbuchen.

Beim Kauf von Gläsern griffen die Kunden mittlerweile meist zu modernen Kunststoffmaterialien, heißt es bei dem Optikerverband. Bei der Auswahl der Fassung seien die Brillenkäufer dagegen eher konservativ. Dem Trend zu modischen Kunststoffmodellen zum Trotz habe sich auch im vergangenen Jahr wieder mehr als jeder Zweite (54 Prozent) für eine Metallfassung entschieden.

Trendbewusste Brillenkäufer müssten in diesem Sommer zu zartfarbenen Modellen in Rosa oder Hellblau greifen, riet der ZVA-Präsident. Besonders modisch seien dabei Schmetterlingsformen oder runde, sogenannte Panto-Modelle.

## Auffällig, bunt und verspielt

**Kitzeln die ersten** warmen Sonnenstrahlen, sitzen sie wieder auf vielen Nasen: Sonnenbrillen schützen nicht nur, sie sind auch modisches Accessoire. In diesem Jahr rücken sie besonders in den Fokus: „Die Sonnenbrillen werden größer, sehr überdimensional, mit auffälligen Formen und Farben“, sagt Sibylle Mönning, Trendexpertin beim Augenoptiker Fielmann.

**Waren die Sonnenbrillen 2015** in Form und Farbe noch nicht ganz so kräftig und eher rund gehalten, wird es jetzt eckiger und auffälliger. Kunststoffbügel in allen Formen und Farben beherrschen das Bild. „Sie sind beispielsweise

mit Strasssteinen oder Aussparungen versehen“, sagt die Augenoptikerin. Und da sich die Brillenmode auch immer an der Textilmode anlehnt, liegen Modelle mit gestreiften oder gefleckten Kunststoffbügel in den Regalen.

**Neben kräftigen Plastikmodellen** feiern in diesem Sommer auch die Metallfassungen ein Comeback. „Die sind vor allem in Gold wieder stark angesagt“, sagt Kerstin Kruschinski vom Kuratorium Gutes Sehen (KGS). „Wie aus den alten James-Bond-Filmen.“ Mönning ergänzt: „Häufig haben wir eine Kombination aus Metall und Kunststoff.“ Bei den Gläsern wird es kunterbunt. „Da kann inzwischen aus einer riesigen Farbpalette ausgewählt werden.“

**Wer es ganz verspielt mag**, greift zu verspiegelten Gläsern. „Da dominieren vor allem die Klassikerfarben Blau, Grün und Orange.“ Auch die Nasenstege dürfen gern herausstechen. So kommen etwa die Doppelstege zurück. Einst trugen nur Männer Modelle mit Doppelstege, jetzt gibt es auch entsprechende Brillengestelle für Frauen.



Sonnenbrillentrend: Erlaubt ist, was auffällt. FOTOS: DRÖSE